www.adapt.it, 8 novembre 2010

Modena, 19 ottobre 2010

Innovazione per le imprese: idee e modelli a confronto

Relazione di sintesi

di Daniela Leone

A Modena lo scorso 19 ottobre si è tenuto il convegno Innovazione per le imprese: idee e modelli a confronto, organizzato da DemoCenter-Sipe, quale principale soggetto promotore del progetto Modena Innova per tracciare un primo bilancio dei risultati conseguiti in un anno di attività.
Il progetto consiste nell'erogazione da parte del polo universitario modenese di servizi consulenziali alle imprese del territorio, in particolare alle pmi, ed è animato dal convincimento che gli operatori economici debbano puntare proattivamente sull'innovazione per uscire dalla crisi e prepararsi a competere in un mercato globalizzato complesso e instabile.
Per cogliere le molteplici opportunità ancora inesplorate e per affrontare più consapevolmente i rischi della competitività oltre confine, le pmi necessitano di un supporto esterno e strutturato: la ricerca, infatti, presenta dei costi troppo elevati con risultati peraltro incerti perché possa essere internalizzata da una piccola impresa. L'alternativa è organizzarsi in rete ed ottimizzare le risorse presenti sul territorio: nel caso specifico le aziende modenesi possono beneficiare del patrimonio di conoscenze e metodi che offre l'istituzione università con i suoi studenti e ricercatori, una vera e propria «*task force* al servizio delle imprese», per citare lo stesso slogan di Modena Innova.
In particolare, tre sono i possibili ambiti di intervento: sostegno all'innovazione tecnologica, supporto ai cambiamenti organizzativi, consulenza in materia di finanza d'impresa. L'*iter* viene avviato sulla base di un'espressa richiesta da parte di un'azienda che occupi da cinque a cento lavoratori in provincia di Modena nel settore manifatturiero, nei servizi o nel commercio; una volta esaminata la domanda, DemoCenter-Sipe organizza l'*audit* come primo *step* di verifica della fattibilità dell'intervento ipotizzato e, in caso di valutazione positiva, si procede con una serie di consulenze specialistiche finalizzate alla costruzione e alla successiva implementazione del progetto. Ad un anno di distanza sono già emersi alcuni risultati tangibili: 550 imprese sono entrate in contatto con Modena Innova, 61 gli *audit* organizzati, 41 gli interventi, 13 sviluppi di nuovi prodotti e 2 progetti in fase di brevettazione.
Nel corso del dibattito sono stati anche tratteggiati i caratteri dell'attuale crisi economica con riguardo alle specificità del tessuto imprenditoriale modenese, fortemente basato sull'export, e si è auspicato un rinnovato clima di fiducia da parte degli operatori, per evitare che sia l'emergenza a dettare le scelte di investimento, ancorandole al breve termine, magari nella costante rincorsa alla riduzione dei costi come unica chance competitiva. Permane, di fatti, piuttosto basso sia il tasso di natalità relativo alle imprese costituite nel 2010, sia la percentuale di nuovi posti di lavoro. Anche in presenza di segnali di ripresa, gli imprenditori preferiscono non esporsi ulteriormente e ricorrono al lavoro straordinario interno o al più optano per quello somministrato. La crisi, al contrario, potrebbe rappresentare un'occasione di apprendimento collettivo, che punta sulle risorse locali come asset unico e non trasferibile altrove. Territorio e ricerca, quindi, come soluzioni alla crisi.

In un sistema di sviluppo così concepito, l'università riveste un ruolo determinante, che lo stesso rettore ha invitato a ridefinire, superando il tradizionale isolamento dello studioso accademico e la frequente diffidenza dell'operatore economico. Lo scambio, infatti, produce indubbiamente un arricchimento reciproco e bidirezionale, permettendo anche alla ricerca di individuare stimoli nuovi e concreti, filoni di approfondimento più vicini alle esigenze produttive e alle richieste del mercato. In sintonia con l'idea ispiratrice di Modena Innova il contributo del professor Enzo Rullani, presidente del Centro TeDis della Venice International University, il quale propone ai soggetti economici di adottare la tecnica del *surfing* ovvero di imparare a cogliere le energie positive che il mercato offre come il surfista sfrutta le correnti marine. L'attuale contesto è attraversato da due grandi "onde": la globalizzazione dei mercati ed la smaterializzazione del valore. La globalizzazione, ribadisce l'autorevole relatore, rappresenta non solo una grande minaccia, quando contrappone i Paesi emergenti a quelli ad *high cost* (tra cui l'Italia), ma riserva anche notevoli opportunità legate alla dilatazione dei mercati, che accresce di tre o quattro volte la misura del moltiplicatore di idee di successo. Le aziende italiane devono, quindi, abbandonare le strategie imitative di business, dato che i differenziali di costo possono essere compensati solo da differenziali cognitivi e non dal mero recupero di margini d'efficienza. L'obiettivo per il nostro sistema economico deve essere necessariamente più ambizioso: promuovere non tanto l'ideale di impresa efficiente, né di azienda flessibile nella velocità di risposta al mercato, quanto piuttosto il modello di impresa creativa, concentrata sulle fonti immateriali del valore. Per assimilare un tale approccio, però, i contesti imprenditoriali devono investire in modo rilevante nelle proprie risorse umane e soprattutto saper consolidare efficaci metodi di apprendimento. In definitiva, col sostegno e l'ausilio delle università, le imprese devono optare per modelli organizzativi che sappiano generare idee, ovvero innovazione nell'era della conoscenza.

Daniela Leone
Scuola internazionale di Dottorato in Diritto delle relazioni di lavoro
Adapt – Fondazione Marco Biagi
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia